

AMORIM NEWS

AÑO 40 / NÚMERO 1

Las mil y una formas del corcho

Materia prima fuera de serie, agregadora de un conjunto de propiedades que ningún material artificial ha sido capaz de replicar, el corcho se encuentra en un proceso de creciente demanda en sectores como el de la industria aeroespacial, la arquitectura, la movilidad, la construcción, la energía o el diseño. Apostar por su investigación y desarrollo consiste en apostar por y el crecimiento de estas áreas de actividad. Simultáneamente, también significa contribuir a las respuestas frente a los desafíos de nuestro planeta. Y no hace falta reinventar el tapón de corcho. Basta con encontrar las mil y una formas innovadoras de trabajarlo, estudiarlo y aplicarlo.



-
- 3** Opinión
Pilar Braga
- 4** «Abrazar la igualdad»
- 5** Suber Cork Second Life gana C-IDEA Golden Award 2022
- 6** «No hay un gran número de materiales que tengan este amplio abanico de impactos sociales y medioambientales en un sentido benéfico»
David J. Lewis
- 10** La innovación hace la fuerza
- 14** «Apostar por la dehesa es siempre una apuesta en el futuro»
- 16** Corticeira Amorim y Parsons School of Design «diseñan nuevos futuros»
- 19** Nuestro cerebro prefiere vinos sellados con corcho
- 20** El futuro les pertenece
- 22** El políglota de los pavimentos
- 23** Rasgos de gente



La innovación es la base del desarrollo en todos los sectores y el mundo de las bebidas espirituosas no es una excepción.

De hecho, en las bebidas espirituosas de lujo, la innovación se refleja en productos muy diferenciados y de alto valor. Los grandes productores de estas bebidas de lujo buscan, tanto en la bebida como en su envase, soluciones con un impacto positivo en las marcas, a la vez que intentan disminuir el impacto medioambiental del producto. La innovación es, cada vez más, una ventaja competitiva importante. Desde nuestros inicios, en Amorim Top Series creamos soluciones únicas e innovadoras para presentar a nuestros clientes a través de nuestro departamento de Desarrollo de Producto. Todos los años, en colaboración con la fuerza de ventas y nuestros clientes, definimos una Agenda de Innovación para responder a las diversas tendencias y necesidades del mercado. Ya disponemos de una amplia cartera, con más de diez innovaciones y cuatro patentes, que incluyen desde sistemas contra la falsificación e interactivos hasta innovadoras tecnologías de decoración. Al mismo tiempo, presentamos soluciones sostenibles desde el punto de vista medioambiental. Son estas soluciones las que nos permiten estar en la vanguardia de los cierres para bebidas espirituosas y ofrecer nuevos productos al mercado de forma consistente. De todas las tendencias y demandas de los clientes, en los últimos años destacamos tres ejes principales de la innovación, en los que hemos trabajado a fondo: Sostenibilidad, Digital y Soluciones contra la Falsificación. Los principales actores mundiales están empeñados en alcanzar objetivos de sostenibilidad ambiciosos, especialmente en la reducción del plástico de origen fósil. Por este motivo, y para cumplir estos objetivos, hemos creado soluciones alternativas a las cápsulas de plástico en el pilar de sostenibilidad. Destacamos dos tipos de producto: Re.Cork, producido con gránulos

de corcho y polímeros de origen renovable o plástico reciclado, y Re.Wood, producido con fibras de madera y un polímero de origen renovable. Tras años de desarrollo, 2022 fue el año en el que se consolidaron las ventas de estos productos y prevemos que la sustitución de los componentes de plástico por este tipo de polímeros continúe creciendo.

Respecto a las soluciones de economía circular, en 2023 ya hemos desarrollado un proyecto de reutilización de la madera de las barricas para producir cápsulas de madera. La reutilización de materiales y materias primas en la producción de bebidas espirituosas es un tema muy actual y nuestros clientes nos retan a encontrar soluciones para sus residuos.

En el área de *Digital Smart Packaging* hemos desarrollado tapones encapsulados con tecnología NFC, que permite a nuestros clientes tener la posibilidad de comunicarse de forma directa con el consumidor final. De esta forma se abre un mundo de posibilidades que nuestros clientes pueden aprovechar para comunicarse con sus consumidores y conseguir marcas cada vez más fuertes. Finalmente, las soluciones contra la falsificación son muy demandadas en artículos de lujo y superlujo. Nuestras innovaciones en este ámbito incluyen tres tipos de soluciones: de carácter mecánico, digital o una solución híbrida que incorpora dispositivos físicos y digitales. Las soluciones innovadoras en Amorim Top Series no terminan aquí y, seguidamente, ponemos en marcha un calendario de talleres con los equipos de I+D de nuestros principales clientes para discutir y desarrollar tapones encapsulados cada vez más diferenciados y de mayor valor, contribuyendo de forma muy significativa a la valorización de cada botella que nuestros clientes ponen en el mercado.

AÑO 40
NÚMERO 1
MAYO 2023

Sede
Rua Comendador Américo
Ferreira Amorim, nº 380
4536-902 Mozelos VFR
Portugal

Propiedad
Corticeira Amorim

Coordinación
Rafael Alves da Rocha

Redacción
Editorialista
Inês Pimenta

Opinión
Pilar Braga

Edición
Corticeira Amorim

Proyecto gráfico
Studio Eduardo Aires
Studio Dobra (paginación)

Traducción inglés
Sombra Chinesa

**Traducción alemán,
español, francés**
Expressão

Impresión y acabados
Lidergraf –
Artes Gráficas, S.A.

Distribución
Iberomail Correio
Internacional, Lda.

Empaquetadora
Porenvel Distribuição,
Comércio e Serviços, S. A.

Periodicidad
Trimestral

Tirada
22.000 ejemplares

Depósito legal
386412/15



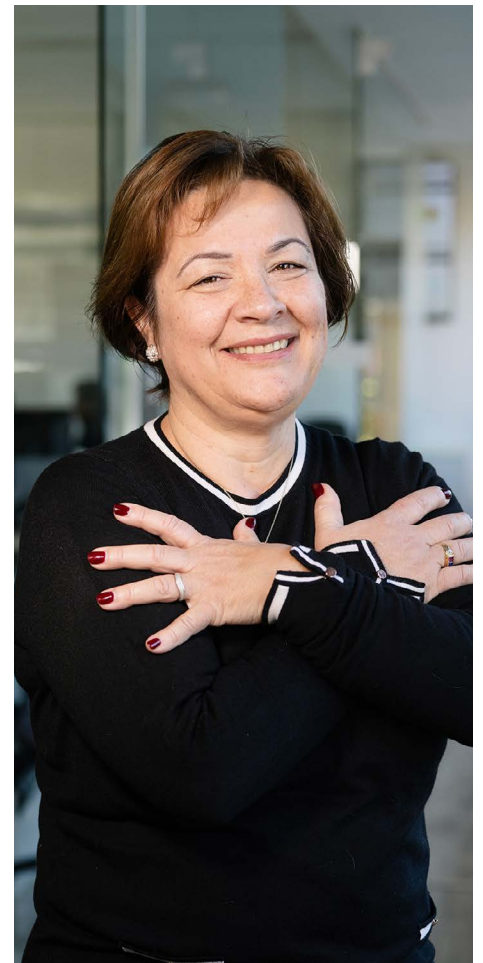
Corticeira Amorim, S. G. P. S., S.A. se compromete a proteger y respetar su privacidad. Podrá dejar de recibir Amorim News en cualquier momento. Para ello, envíenos un correo a press@amorim.com. Para más información sobre nuestras prácticas de privacidad, así como sobre el ejercicio de sus derechos sobre sus datos personales, consulte nuestra política de privacidad, disponible en www.amorim.com

«Abrazar la igualdad»

Bajo el lema «Juntos queremos abrazar la igualdad», Corticeira Amorim señaló el Día Internacional de la Mujer con una campaña de comunicación que evocaba tanto algunas de las conquistas que se han consumado como algunos de los inevitables progresos aún pendientes de las sociedades en pro de la igualdad de género. Dinamizada a través de los diferentes soportes de la empresa, y promovida por todas las unidades de negocio, la acción contó con la participación de diferentes colaboradores/as que materializaron, literalmente, mediante fotografías de gran formato el abrazo a la equidad. Al mismo tiempo, Corticeira Amorim invitó a cada uno de sus colaboradores/asa reconocer, a distinguir y a incentivar a alguien regalándole una tarjeta con un mensaje de evolución, mejoría y crecimiento.

«¿Sabías que en Portugal hubo que esperar a 1974 para que las mujeres pudiesen votar? Entrega esta tarjeta a alguien que quieras que tenga la libertad de decidir su futuro», «¿Sabías que el 55 % de las mujeres de la Unión Europea han sido víctimas de agresiones? Entrega esta tarjeta a alguien que quieras que se sienta segura dondequiera que vaya», «¿Sabías que 2400 millones de mujeres no tienen los mismos derechos económicos que los hombres? Entrega esta tarjeta a alguien que todos los días lucha por la igualdad» o «¿Sabías que Portugal nunca ha tenido una presidenta de la República mujer? Esta tarjeta es para ti. Tú tienes la capacidad de cambiarlo» han sido algunos de esos mensajes inspiradores. Por lo demás, y consciente de la importancia de la temática, de su impacto en el contexto laboral y de la

urgencia de acelerar su consolidación en el seno de la sociedad, Corticeira Amorim ha invertido de diversas formas en el fomento de la igualdad de género, específicamente, a través de la puesta en marcha del «Plan para la igualdad» y de acciones de formación «Rumbo a la igualdad». Al mismo tiempo, la empresa lleva a cabo una estrategia dinamizadora tanto con el aumento de colaboradoras en las diferentes unidades de negocio como con el aumento de mujeres con cargos de dirección. Porque la igualdad es realmente un trabajo de todos. Sin divisiones. Juntos.



Suber Cork Second Life vence C-IDEA Golden Award 2022



El proyecto Suber Cork Second Life ganó el C-IDEA Golden Award 2022, uno de los galardones de diseño más importantes que se atribuyen anualmente en Australia. Tras un meticuloso proceso de selección, que implicó a 48 jurados de 37 países diferentes, el jurado internacional premió la iniciativa de Amorim Cork Italia que, desde 2019, les da una segunda vida a los tapones de corcho reciclados. La distinción se añade a tantas otras que han reconocido, por todo el mundo, la ventaja del proyecto que combina responsabilidad social, prácticas de economía circular y la política de las 3R: reducir, reutilizar y reciclar.

El proyecto Suber Cork Second Life deriva del programa ETICO lanzado en 2011 por Amorim Cork Italia, que cuenta con 6000 puntos de recogida de tapones de corcho para reciclaje, más de 1000 toneladas de tapones de corcho recogidos y aproximadamente 1000 voluntarios. Los tapones de corcho se transforman en un primer momento en pequeños gránulos que, tras combinarlos con otros materiales, les dan vida a nuevos objetos. Ya sean paragüeros, sistemas de iluminación, mesas, bancos o percheros, etc. El C-IDEA Golden Award tiene como fin promover talentos en una amplia gama

de categorías que incluyen el diseño de comunicación, el diseño industrial o el diseño de interiores, entre otras materias de diseño. El C-IDEA Golden Award también tiene como objetivo reconocer el diseño excepcional con valor social. Asimismo, el C-IDEA Golden Award tiene como fin crear oportunidades de cooperación entre los profesionales del diseño, fomentando sinergias, compartiendo conocimiento y descubriendo nuevos abordajes creativos.



«No hay un gran número de materiales que tengan este amplio abanico de impactos sociales y medioambientales, en un sentido tan ventajoso»

Desde que asumió la dirección de la School of Constructed Environments de Parsons School of Design, el arquitecto y académico David J. Lewis ha intentado consolidar una perspectiva del diseño que vaya dirigida por los materiales. Y el corcho, como material regenerativo y circular por excelencia, puede tener un papel crucial que desempeñar en ese cambio de paradigma. Una revolución que contará con la contribución del proyecto colaborativo «The Thick Skin: Cork as Material for Design New Futures» firmado con Corticeira Amorim. Iniciativa que trajo a Portugal a un grupo de estudiantes para un programa de inmersión sobre las posibilidades del corcho y su papel en el futuro del diseño.

«... una de las cosas que pienso que son realmente interesantes, con relación al corcho, es su capacidad de hacernos pensar en duraciones de tiempo más largas.»

Antes de este proyecto colaborativo con Corticeira Amorim, ¿qué sabía sobre el corcho?

Recuerdo que cuando era niño vi proyectos de Frank Lloyd Wright con corcho, como la Casa de la Cascada y Martin House en Buffalo, y de que me deparaba con este punto: uno de los pocos materiales utilizados en los interiores que ha perdurado ha sido el corcho. Y a partir de ahí, y con el objetivo de utilizar materiales diferentes en proyectos, quise realmente utilizar el corcho como material, dadas sus propiedades acústicas, absorción de impacto, durabilidad y el hecho de ser un recurso renovable. De hecho, desde mi punto de vista, el corcho cumple todos los requisitos y esto antes de analizar la cuestión del secuestro de carbono.

Y ahora que lo conoce más profundamente, ¿qué le parece más significativo en este material?

Desde el punto de vista de la circularidad y del secuestro de carbono, por el hecho de que el árbol en sí no se corta, por el hecho de que es un proceso en el que casi todo puede utilizarse, por el hecho de que puede ser continuamente reutilizado, de no tener un fin de vida como otros materiales tienen, todo eso apunta a una solución interesante y viable. El desafío, al menos en los Estados Unidos, es la escala. En otras palabras, el tiempo desde la semilla hasta el descorche no es un único ciclo de crecimiento. Por eso, estamos mirando hacia nuevos horizontes temporales más largos y que implican realmente aprendizaje, conocimiento, cultura, conceptos que pienso que también son muy importantes. Por lo tanto, una de las cosas que pienso que es realmente interesante con relación al corcho es su capacidad de hacernos pensar en duraciones de tiempo más largas.

¿Cuál fue el origen de este proyecto que une a Corticeira Amorim y a Parsons?

Fue Daniel Michalik [diseñador y profesor asistente de producto y diseño industrial en Parsons School of Design] quien trajo este proyecto a Parsons y nosotros lo apoyamos totalmente. Él ha trabajado con el corcho como material para el diseño industrial, mobiliario, interiores, a lo largo de muchos años, por lo que su interés era intentar descubrir cómo conseguimos realmente recursos para que nuestros estudiantes se concentren en este material de forma intensiva, a través de este programa denominado «The Thick Skin: Cork as Material for Design New Futures». De hecho, el reto aquí consistía realmente en intentar reunir alrededor de la cuestión de los materiales la idea de aprendizaje, pero también experimentar e investigar. Y hacerlo de una forma que tome en serio el material, tanto sus propiedades como su potencial, y que también informe a los estudiantes de que no están trabajando en el vacío. Que este es un conocimiento que otras personas tenían, particularmente Corticeira Amorim, y que es un conocimiento de base cultural. Y no solo para asumir que están cogiendo un material y haciendo cosas. Se trata, en realidad, de observar cosas que se hicieron y de comprender cómo podemos construir con base en dicho conocimiento.

¿Suelen hacer programas de este tipo en Parsons con otros materiales?

Sí, pero no tan explícitamente con un material en particular. En otras palabras, no hay un gran número de materiales que tengan este amplio abanico de impactos sociales y medioambientales en un sentido tan ventajoso, como el corcho. De hecho, tenemos proyectos y estudiantes que efectivamente trabajan con madera y han estado analizando las posibilidades del cáñamo, otro material regenerativo. Pero el corcho, dadas sus propiedades únicas y su capacidad de tener un ciclo de vida circular completo y mucho más robusto, y debido al hecho de que tenemos conocimiento y profesores que pueden facilitar este tipo de experiencia y hacer conexiones, e informar a los estudiantes de una forma que ellos sean capaces de desarrollarlas, es un material singular. Mi interés personal por el corcho procede de la observación de materiales regenerativos.

¿Es necesario cambiar de mentalidad?

Después de más de 20 años en Parsons, hace un año y medio, asumí el decanato con la intención real de tener un claro enfoque en el abordaje de la cuestión de los materiales en las prácticas de diseño, para llevar a cabo un giro de la perspectiva en la que aún nos basamos. Un proceso industrializado donde pensamos en el diseño como una forma y luego le aplicamos un material —que es el entendimiento modernista de los materiales, los materiales son, de hecho, subproductos de la forma— para una innovación impulsada por los materiales.

Como profesor, ¿tiene esperanza en las nuevas generaciones?

El sistema tiene que cambiar. Cuando hablamos del cambio climático, tendemos a caer esencialmente en el discurso del «Juicio Final». Y si es un estudiante, dirá «Yo no he provocado el problema. ¿Por qué es mío el problema?». La cuestión es: ¿cuáles son las acciones que podemos acometer ahora? ¿Cuáles son las acciones que podemos planear hacer dentro de 15 o 20 años? No son lo mismo. ¿Cuáles son las acciones que pueden realizarse ahora, dentro de cada una de nuestras disciplinas y esferas? De hecho, la cuestión para los estudiantes es darles el encuadramiento y los materiales, en particular, materiales como el corcho, que los hagan pensar: ¿por qué estamos haciendo esto en plástico si lo podríamos estar haciendo en corcho? ¿Por qué estamos diseñando esto de una forma que no tiene en cuenta los materiales? Por consiguiente, nos corresponde, como facultad, cambiar la forma como estamos hablando del diseño, para desplazarla de la identificación de problemas hacia una perspectiva en la que estamos realmente creando condiciones educativas, a fin de permitir que el cambio se produzca. Y esto tiene que pasar no dentro de 10 años ni de 15, sino ahora. Por lo tanto, este es el interés de tener a entre 10 y 12 estudiantes involucrados con el corcho, porque, de esa forma, se pueden convertir en embajadores para hablar sobre el asunto a los colegas. Cuáles son las posibilidades, pero también las limitaciones. Cuáles son los materiales complementarios. Queremos materiales que sean regenerativos y transformadores. No aquellos que son de extracción y reductores. Y, por ende, es realmente emocionante.

La innovación hace la fuerza



Un material milenario, y una mirada hacia el futuro. Esta es la combinación ganadora que hace que Corticeira Amorim, con una historia de más de 150 años, siga liderando la industria del corcho y encontrar constantemente nuevas formas de elevar el valor añadido en esta materia prima. Transversal a todas las unidades de negocio, la I+D+i es una de las principales estrategias del grupo, que sigue dando pruebas de que el espíritu innovador forma parte de su ADN. Empezó como un primer laboratorio especializado en el control de calidad, la producción y los procesos (Labcork, creado en 1983), ganó tal dimensión que la I+D+i implica actualmente una inversión media anual de más de ocho millones de euros.

Material fuera de serie, que reúne un conjunto de propiedades que ningún material artificial ha sido capaz de replicar, el corcho está en proceso creciente de demanda en sectores como el de la construcción sostenible, las industrias aeronáutica y aeroespacial, la movilidad, el diseño, la arquitectura y las artes, el paisajismo o el deporte. Por ello, apostar por su investigación y desarrollo es apostar por el desarrollo de estos sectores, pero es también, por sus características únicas, contribuir a dar respuesta a los desafíos futuros de nuestro planeta. No es necesario reinventar la rueda (o, en este caso, el tapón de corcho). Basta con encontrar formas innovadoras de aplicarlo.

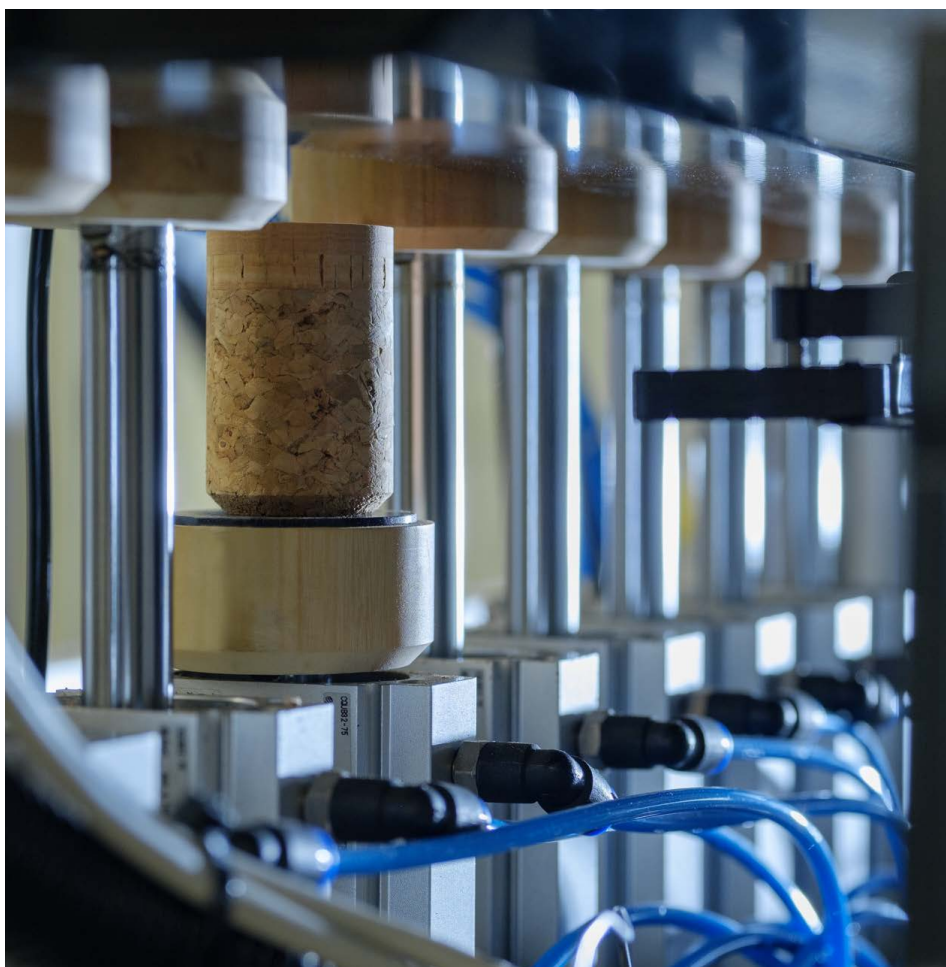
Amorim Cork: Mejorar la perfección

Miguel Cabral, director de Investigación y Desarrollo de Amorim Cork, no tiene dudas. En los últimos años, al paso que el mundo se cerraba y parecía desacelerarse, «se produjo un salto muy significativo en materia de desempeño de los tapones de corcho en lo tocante a TCA». Ganar la guerra contra el compuesto Tricloroanisol, archienemigo de los tapones de corcho, sigue siendo uno de los grandes focos de I+D+i en Amorim Cork. No solo desarrollando tecnologías completamente nuevas, sino perfeccionando y optimizando las tecnologías existentes, para aumentar la eficacia, la fiabilidad y la productividad. El lanzamiento, en 2021, de Xpür, una tecnología de fluido supercrítico, desarrollada para tapones de corcho técnicos, permite que «cualquier granulado con una determinada concentración de TCA, sea cual fuere, se trate y regrese a valores no detectables». Al asegurar que todo el granulado tiene un desempeño de TCA no detectable, la tecnología garantiza la calidad de los tapones de corcho técnicos. En la actualidad, existen tres reactores instalados en las fábricas de Amorim Cork y, hasta finales de año, estarán en funcionamiento más de seis reactores. Asimismo, en lo referente a los tapones de corcho naturales, el desarrollo ha sido «extraordinario». A través de un proceso de desorción térmica denominado Naturity, lanzado en 2021, «los tapones de

corcho naturales se tratan previamente al análisis NDtech, y esto implica que el NDtech tenga una productividad mucho mayor porque el rechazo es mucho menor», explica Miguel Cabral. Todos los tapones de corcho natural producidos en Amorim Cork pasan por este proceso de limpieza, antes de un posible análisis individual, tapón a tapón, por la imbatible tecnología NDtech.

Y si hay algo que caracteriza la innovación es que está en evolución constante. Es precisamente eso lo que sucede con una tecnología como NDtech, lanzada en 2014 por Amorim Cork, pero en «permanente desarrollo». Hoy en día, los equipos instalados alcanzan una «productividad extraordinaria» y «resultados excelentes», pero siempre hay espacio para introducir mejoras. Por ejemplo, a través del desarrollo de un nuevo algoritmo, más eficaz en la detección de TCA, que permite reducir el número de «falsos positivos». Son sistemas de inteligencia artificial y aprendizaje profundo aplicados al tapón más prestigioso del mundo, que no impiden que se siga mirando con atención a la compleja interacción entre el tapón de corcho y el vino. Y que se

pretenda comprender a través de la ciencia. Esta es otra de las áreas que han merecido más relieve en Amorim Cork, y en los últimos años, a partir de la investigación, han sido publicados innumerables estudios científicos que proyectan nueva luz sobre el asunto, tanto en el caso de los vinos tranquilos, como de los vinos espumosos. A partir de las conclusiones de la investigación, se puede segmentar el catálogo de productos y ofrecer soluciones cada vez más adaptadas a cada vino. Dado que el tapón puede que no sea lo que hace el vino, pero seguro que ejercerá un «papel enológico» en su evolución. Y la ciencia lo confirma. A cada vino, su tapón, y que sea el adecuado.



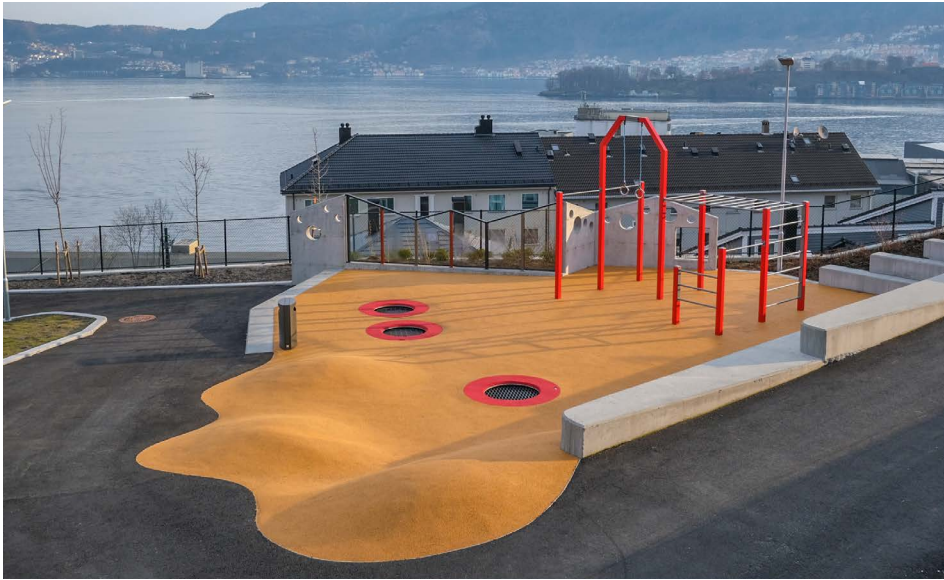


Amorim Cork Flooring: Diseño más seguro y más verde

En 2020, año en que se preparó el último reportaje sobre I+D+i en Amorim, Amorim Cork Flooring había acabado de lanzar Cork Signature, un programa de soluciones para pavimentos, totalmente personalizable, que permitía 17 000 combinaciones diferentes, a partir de colores, formas, acabados e incluso formas de instalación. Hoy, Roberto Teixeira, el director de I+D+i de la unidad, sigue defendiendo la personalización como estrategia de negocio, pero cree que es sobre todo en la diferenciación donde está el valor añadido de la empresa y más específicamente del corcho. «Tiene que existir una asociación directa [del corcho] a la sostenibilidad, pero también a ciertas características, propiedades y soluciones que sean diferenciadoras en el mercado. Estamos hablando de un producto premium y, por ende, tiene que ser bueno en todos sus componentes,

no solo en materia de sostenibilidad y circularidad sino también en componentes funcionales y estéticos». De hecho, apuesta por un verdadero regreso a las raíces, de lo material y de la naturaleza, con una puesta en valor cada vez mayor del corcho y una atención cada vez más dirigida a la sostenibilidad. En esta visión, se encajan proyectos que ya se encontraban en desarrollo, tales como Dekwall, una colección de revestimientos de pared con visuales de corcho y que se está trabajando ahora, a fin de soportar una mayor resistencia al fuego; pero también proyectos nuevos, tales como un acabado innovador que, a través de un proceso de impresión digital (*registered embossing*) permite una impresión realista de las betas de la madera, sin necesidad de utilizar plásticos nocivos o de desperdiciar materias primas, así como un proyecto que a través de la aplicación de barnices bajo la superficie del acabado permite una alta resistencia de este material a cualquier tipo de desgaste, en contexto doméstico o comercial. Transversal a todo esto, está el compromiso de apostar cada vez más por productos sin plástico de origen fósil (o petrolífero), seguir invirtiendo

en la economía circular y, antes de 2024, eliminar la utilización de compuestos como el PVC. También, entonces, está previsto el lanzamiento de un producto totalmente verde que alía el corcho a compuestos renovables, tales como biopolímeros con origen en residuos de plantas. Para Roberto Teixeira, la necesidad de invertir en innovación para cumplir estos objetivos es clara. «El mundo está en movimiento constante, siempre está cambiando y nosotros tenemos que estar a la vanguardia de la innovación para ser pioneros en el mercado».



Amorim Cork Composites: De la caja de los juguetes a las estrellas

Si en 2020 Corkeen, la solución revolucionaria de superficies amortiguadoras de impacto para espacios de juego, ocio y recreo era señalada como una de las principales apuestas de Amorim Cork Composites, hoy en día, es difícil destacar solo un proyecto o incluso un segmento en donde la unidad haya ido apostando más. Con aplicaciones que van desde el área de la movilidad a la de la energía, a los juguetes sostenibles o a la industria aeroespacial, la constante es solo una: la ambición continua de añadir valor al corcho. Para ello, defiende Eduardo Soares, director de Innovación, «la innovación no solo es fundamental, es parte integrante de nuestra estrategia». En el área de la movilidad, el corcho responde a la necesidad cada vez más urgente de reducir la huella de carbono de la industria, y surge naturalmente como materia sostenible de elección por su huella de carbono negativa. Al mismo tiempo, da respuesta a «una de las cuestiones de seguridad que más preocupa a los usuarios y a los desarrolladores de toda la tecnología eléctrica», en concreto, la resistencia al fuego, al suministrar soluciones de aislamiento térmico para baterías eléctricas, la misma característica que la lleva a destacar en la industria aeroespacial como material de elección para el revestimiento de satélites.

En el área energética, a su vez, destaca el uso en la central fotovoltaica flotante de Alqueva (y futuramente en nuevas centrales) de una solución pionera que combina corcho con polímeros reciclados, desarrollada en i.cork factory, la fábrica-piloto y centro de innovación de Amorim Cork Composites. Y si la creación de esta misma fábrica fue un marco importante en la historia de la I+D+i de la empresa, la creación del nuevo departamento ACC Design Studio promete ser un nuevo centro de innovación y creatividad que reforzará la apuesta de la empresa por el diseño del producto. También en el área del diseño del producto, y más concretamente en la de juguetes sostenibles, este centro sigue mostrando conocimiento con la creación de una marca de juguetes de corcho, Koriko, en colaboración con la alemana Hape, líder en el área de los juguetes de madera. Después del éxito de la primera colección que vendió 100.000 unidades en el primer año, ya se anunció una nueva colección de tres conjuntos disponibles de bloques de construcción que llega a las tiendas en la próxima Navidad. Como piedra angular de todos estos proyectos, están la sostenibilidad, pilar principal de Corticeira Amorim y, necesariamente, la innovación. Según Eduardo Soares, Amorim Cork Composites es «eso a lo que se llama una empresa ambidiestra. Nuestro pie derecho es aquello que sostiene la empresa en materia de volumen de negocio, es decir, las aplicaciones corrientes en áreas como la construcción, el sellado, los pavimentos, etc. Nuestro lado izquierdo es la parte que está orientada a la innovación. Y con la innovación, surgen la investigación y el desarrollo como necesidad».

Amorim Cork Insulation: Ciudades a prueba de futuro

Para Amorim Cork Insulation, explica el director ejecutivo de la empresa, Carlos Manuel, innovar no significa reinventar el producto, sino «innovar en sus aplicaciones. Tenemos un material totalmente natural que responde a todos los argumentos de la sostenibilidad» y, por ello, la apuesta se realiza no «en la mejoría continua sino en un avance continuo» de este material con características fuera de serie que es el corcho. Un proceso realmente dinámico, la I+D+i en el seno de esta unidad tiene como fin ofrecer soluciones a los muchos desafíos planteados por arquitectos, ingenieros y paisajistas y, al mismo tiempo, responder a verdaderos desafíos del día a día de las personas y del futuro del planeta. Uno de los mayores ejemplos de esta actuación es la solución MDFachada, una aplicación que ha revolucionado el sector, donde el corcho queda muy visible en el exterior de los edificios, y de la cual derivaron, actualmente, decorados con una selección de diseños para los más variados fines estéticos. En la misma línea, el aprovechamiento de subproductos del proceso de producción en nuevas soluciones para céspedes naturales, inicialmente pensado para su uso en estadios de fútbol, pasó también a ser utilizado en las cubiertas ajardinadas de los edificios o en los jardines verticales de las fachadas de los edificios, lo que ha permitido reducir el consumo de agua de riego, conservar un cierto nivel de humedad y mantener una variación térmica mínima. Sin embargo, la innovación en Amorim Cork Insulation va mucho más allá de los dominios de la arquitectura y el diseño de interiores, lo que contribuye, simultáneamente, a proteger a las personas y al planeta. En ese sentido, el producto Corksorb, desarrollado para mitigar los derrames de hidrocarburos en los océanos, provocados por grandes buques petroleros, está actualmente siendo probado para respuesta a otra importante cuestión medioambiental: el tratamiento del agua. «Ya hemos demostrado que funciona en situación de desastre medioambiental, pero en este momento estamos evolucionando en el sentido de que, además de resolver un problema de derrame, podamos lograr que el agua sea limpia y reutilizable», explica Carlos Manuel.

Para dar respuesta al riesgo de incendio, pero también a los cambios climáticos, surge el sistema de vaporización de paredes, que consiste en la aplicación de corcho en paredes exteriores con un sistema tecnológico que administra agua cuando tenemos un día de calor muy acentuado o incluso en caso de incendio. Esta preocupación ambiental también incluye el enfoque continuo en la circularidad. «En los últimos tiempos, hemos reforzado nuestra actividad en materia de reciclaje para poder integrarnos plenamente en la economía circular».

Amorim Florestal: Dehesas 2.0

En Amorim Florestal, la I+D+i ya es un área tan desarrollada que, en los últimos años, se ha dividido en diferentes áreas para dar una respuesta más especializada a cada una. Por un lado, la propia investigación forestal que, a su vez, se divide en tres áreas distintas, por otro lado, la innovación industrial, más centrada en los procesos y el producto. Dentro de la investigación forestal, José Pedro Fernandes, director de I+D+i del área de Investigación Forestal Fundamental, explica las diferentes «líneas de ataque»: en primer lugar «una oficina de apoyo forestal destinada a dar respuesta y prestar ayuda en cuestiones más diversas relacionadas con el bosque». En segundo lugar, «una vertiente de Investigación Forestal Aplicada, es decir, todo cuanto se

puede hacer sobre el terreno en materia de nuevas plantaciones o modelos de plantación, sistemas de apoyo a la instalación, sistemas de riego controlado, sistemas de fertilización, nuevos modelos de gestión de la dehesa o modelos de agricultura». Y, finalmente, la Investigación Forestal Fundamental, a la que se dedica y que califica como «la vertiente más académica».

Las tres forman parte del Proyecto de Intervención Forestal (PIF), lanzado en 2013, que se asienta en un pilar fundamental de innovación en esta unidad: sembrar hoy el mañana. Esto, según explica José Pedro Fernandes, surge de la constatación de un problema a la hora de garantizar la viabilidad de nuevas instalaciones de alcornoques. «Hoy en día tenemos instalaciones de alcornoques con tasas de mortalidad superiores al 50 % y sin ninguna garantía de crecimiento, producción de corcho y, por tanto, viabilidad. Por ello, consideramos que debíamos poner en marcha un programa de selección y mejora de alcornoques que nos permitiera seleccionar las plantas existentes en nuestra dehesa con características premium que las distinguen de las demás y poder propagarlas».

Estas características incluyen atributos como un crecimiento más rápido, una mejor formación vegetal o una mayor producción de corcho, pero también una mayor resistencia a las plagas y enfermedades existentes en la dehesa y, cada vez más importante, una mayor resiliencia ante los cambios climáticos. De hecho, a través de la selección fenotípica de árboles que presentan estas características en la dehesa, se ha desarrollado un programa de propagación de estas plantas en conjunto con una empresa biotecnológica y un organismo de investigación universitario (entre varias con las que se han establecido acuerdos). Paralelamente a este programa, y para compensar el hecho de que el alcornoque es un árbol de crecimiento lento, también se está trabajando en análisis genéticos y moleculares para identificar y seleccionar marcadores moleculares específicos asociados a cada una de estas características, y así una selección y una validación anticipada de estas plantas. Así se planta el futuro de Amorim Florestal, que le permitirá producir y suministrar nuevas instalaciones y plantaciones de alcornoques de calidad, con una garantía diferenciada de crecimiento y de supervivencia, lo que garantiza igualmente más y mejor corcho.



«Apostar por la dehesa siempre es una apuesta por el futuro»

Dueño de tres propiedades en Alcácer do Sal que actualmente forman la Sociedade Agrícola dos Pinheirinhos, António Luís Posser de Andrade pasó página en la historia de la que fue la propiedad más grande de Portugal: Herdade de Palma, en funcionamiento desde finales de 1800. En una conversación con Amorim News, el productor forestal nos habló del papel fundamental que ha desempeñado el corcho en esta reestructuración, los retos que tiene por delante y sus deseos para el futuro del sector.

Con una extensión de casi tres mil hectáreas, las fincas que componen la Sociedade Agrícola dos Pinheirinhos forman parte de la centenaria Herdade de Palma, adquirida al 8º Conde de Sabugal (D. Luís Assis de Mascarenhas) en 1896. Fue dividida en varias empresas como resultado de la reforma agraria y al padre de António Luís Posser de Andrade le tocaron tres empresas, actualmente fusionadas en una sola. Cuando asumió la gestión de la propiedad en 1998, António Luís Posser de Andrade definió inmediatamente su prioridad: restaurar y salvaguardar la dehesa, que desde 1974 se había destinado principalmente a la ganadería, con consecuencias considerables para el ecosistema. Por ello, desde el momento en que la propiedad le fue devuelta a la familia en 1992, después de la nacionalización de la tierra a raíz del 25 de abril (Revolución de los Claveles), se dedicó a la plantación de pinos y alcornoques, adoptando de inmediato la visión de futuro que ha sido

su gran factor de éxito. «Cuando entré a la finca, mi principal preocupación era el bosque. Fui negociando con los arrendatarios y los saqué del bosque para encaminarlos hacia el arroz y, así, le fui restituyendo la tierra a la dehesa».

En el fondo, siguió los consejos de su padre que, a pesar de las múltiples vertientes en las que funcionaba la propiedad (además de la ganadería y el arroz, también tenían maíz y trigo), siempre le inculcó la preocupación por la dehesa y el corcho. «Llegamos al final del año y de no ser por el corcho no habríamos ganado ni para los gastos», le decía su padre. Y António aprendió la lección.

Las alegrías y los desafíos del corcho

Además de recordar los consejos de su padre para el negocio, el corcho también le trae el recuerdo de las «grandes vacaciones» que durante su infancia solía pasar en el campo, donde tuvo la oportunidad de seguir las labores de

extracción del corcho. «La época [de la extracción] del corcho siempre es una alegría para los trabajadores», afirma António Luís Posser de Andrade. «Las personas con cantos, la cocinera que preparaba las comidas, una multitud de gente... Era una felicidad enorme». Entonces, no imaginaba que se dedicaría a estudiar la rentabilidad de esta actividad y la producción y conservación de este material que tantos recuerdos le trae, pero la dehesa ya le fascinaba de algún modo: «su belleza, su biodiversidad, todo cuanto el bosque nos da: la caza, el silencio, los animales en su *hábitat*... no hay palabras que lo describan». Hoy, sabe que los retos son tantos como las alegrías y señala como principales preocupaciones el envejecimiento de la dehesa, por un lado, y, por otro, la visión a corto plazo de gran parte de los productores forestales que prefieren apostar por el ganado para obtener ganancias más rápidamente. «El gran problema de las



dehesas en el Alentejo es que con ganado no hay renovación posible. Las dehesas envejecen, lo que se refleja en la calidad del corcho».

A pesar de todo, mantiene la atención. Apuesta por la rotación anual de terrenos para la extracción de corcho y prefiere la visión a largo plazo que le enseñaron sus antepasados y que espera enseñar también a las generaciones futuras. «Quiera Dios que mis hijos e hijas preserven tan bien [la dehesa] como yo lo he hecho».

Sembrar hoy para recoger mañana

Para conseguir esta visión de futuro, argumenta, es fundamental el apoyo al sector y la colaboración con instituciones que apuestan por la innovación y la investigación, como Corticeira Amorim. Entre los apoyos que hay que reconocer, destacan el *Greening*, que fomenta prácticas agrícolas beneficiosas para el clima y el medio ambiente, y el Proyecto Terra Prima, que lamenta que ya no esté vigente, y que

compensaba a los productores con fertilizantes y semillas por su papel fundamental en la lucha contra el cambio climático.

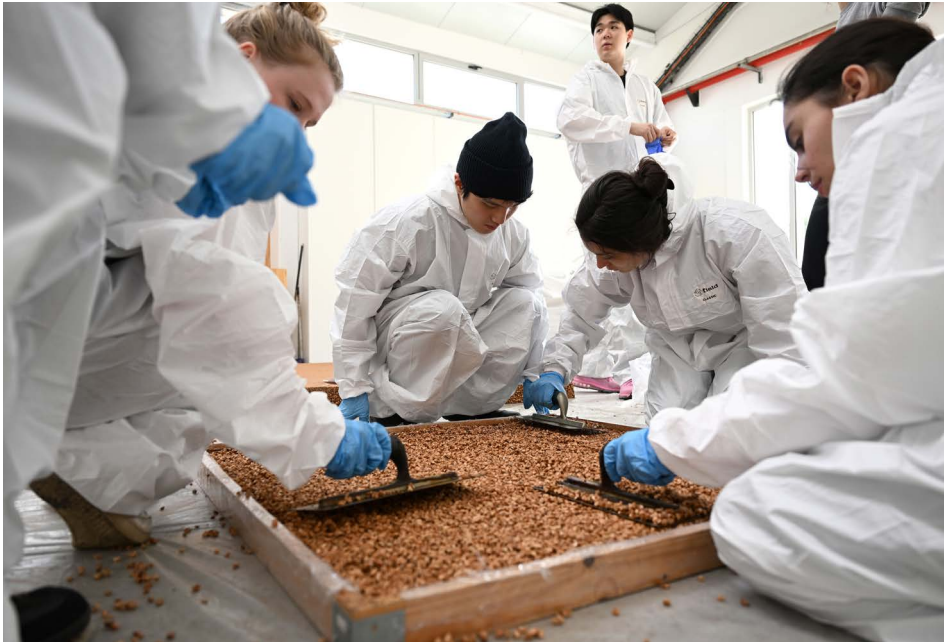
En materia de implicación de Corticeira Amorim, hace referencia al Proyecto de Intervención Forestal como «una inversión muy grande y de reconocer a D. António Amorim, que ha tenido una visión enorme de futuro. Es necesario tener agallas para lo que Amorim ha hecho. Es de sacarse el sombrero». Sin este apoyo, cree que es muy difícil seguir invirtiendo en un sector donde los ingresos tardan en llegar y que se ve amenazado por numerosos condicionantes.

«Apostar por la dehesa siempre es una apuesta por el futuro, dado que solo muestra sus resultados pasados, como mínimo nueve años. Sin embargo, muchas veces la preocupación principal es tener beneficios rápido». Una posible solución, que es uno de los principales pilares del Proyecto de Intervención Forestal de Amorim, es la apuesta continua por la

innovación y la investigación, a fin de garantizar el rendimiento de los alcornoques, con la selección de ejemplares especialmente resistentes, y superar los retos como el del cambio climático, con innovaciones como, por ejemplo, los sistemas de regadío. Asimismo, también es pionero en el área de la mecanización de la extracción del corcho, y ha apostado desde el inicio por las primeras máquinas que entraron en el mercado y quiso probar los prototipos de Amorim siempre que pudo. ¿Un deseo para el futuro? «Que el Grupo Amorim siga investigando y colaborando con nosotros, los productores, ha sido fundamental para revalorizar el corcho».

Corticeira Amorim y Parsons School of Design «diseñan nuevos futuros»

Corticeira Amorim y Parsons School of Design, una de las escuelas de diseño más prestigiosas del mundo, han firmado un acuerdo de colaboración que permitirá a los estudiantes de la universidad neoyorquina conocer mejor los beneficios, cualidades y características del corcho como material de elección en el diseño y desarrollo de sus propuestas creativas en los campos del diseño industrial, la arquitectura, las artes y el interiorismo y actividades afines. La atención se centra en la investigación, el ensayo, la investigación, la experimentación y la fabricación práctica con el objetivo de descubrir nuevas funcionalidades y aplicaciones para el material, con la perspectiva de idear soluciones y productos disruptivos que puedan responder, con diseño y sostenibilidad, a los grandes retos de nuestras sociedades. Su misión es, por tanto, «diseñar nuevos futuros».



La primera acción en el marco de este acuerdo es la celebración de la primera edición del curso «The Thick Skin: Cork as Material for Design New Futures» («La piel gruesa: El corcho como material para diseñar nuevos futuros», traducción libre al español), liderada por Daniel Michalik, diseñador y profesor asociado de diseño industrial y de productos. El curso, de un semestre de duración, incluye un componente teórico y práctico de 45 horas y una semana de aprendizaje inmersivo en Portugal (del 13 al 18 de marzo pasado) en la «i.cork factory», la fábrica de innovación de Amorim Cork Composites (ACC). Una oportunidad única para que los estudiantes de Parsons School of Design entren en contacto con nuevos procesos, nuevas fórmulas y nuevas tecnologías para trabajar el corcho. Este apoyo se traduce en la implicación y *tutoría* de los técnicos especializados de ACC, la puesta a disposición de instalaciones y tecnología punta, y el suministro de materia prima para la experimentación. De forma acumulativa, el ACC Design Studio participará en una infraestructura de diseño de producto también orientada a compartir conocimientos, formar una opinión informada y educar para el futuro del corcho. A lo largo del curso «The Think Skin: Cork as Material for Design New Futures», los estudiantes deberán aprender, asimilar y se comprometerán con los métodos de transformación del corcho, ampliarán su comprensión de cómo se extraen actualmente las materias primas naturales, propondrán prácticas circulares para equilibrar el uso de materiales con los ciclos naturales de crecimiento, desarrollarán procesos de diseño que integren la sabiduría ancestral con relación a la regeneración de las materias primas y crearán prototipos de productos a diversas escalas desde la perspectiva de los recursos, las limitaciones y las imitaciones de materiales específicos. Asimismo, el curso cuenta con una amplia gama de actividades de diseño sincrónicas, como la participación en conferencias y talleres de codiseño, entre otras. Durante su estancia en Portugal, los alumnos de este curso también tuvieron la oportunidad de conocer el proceso de verticalización integrada de la transformación del corcho llevado a cabo por Corticeira Amorim, visitando las diferentes unidades de negocio: una visita a la dehesa (unidad de negocio de materias primas), Amorim Cork (unidad de negocio de tapones de corcho); Amorim Cork Flooring (unidad de negocio de revestimientos) y Amorim Cork Insulation (unidad de negocio de aisla-



mientos). Una acción que les ofreció una visión integrada de la industria corchera, de los avances disruptivos del sector y de los distintos productos y subproductos del mismo, integrados en un modelo de economía circular, donde todo el corcho es valorado. Por lo demás, cualquier iniciativa relacionada con el corcho estaría incompleta sin la visita y el conocimiento de la dehesa, uno de los 36 puntos calientes de biodiversidad del mundo.

Difundir por el mundo las inmejorables propiedades del corcho

El proyecto colaborativo «The Thick Skin: Cork as Material for Design New Futures» encaja perfectamente en la estrategia de Corticeira Amorim de «difundir por todo el mundo las inmejorables propiedades del corcho como respuesta a muchos de los retos a los que se enfrentan actualmente

el planeta, la humanidad y las sociedades contemporáneas», afirmó António Rios Amorim. «Ahora —subraya el presidente y director general de Corticeira Amorim—, ¿qué mejor manera de contaminar positivamente a los ciudadanos que consolidando este trabajo con los arquitectos, diseñadores y comisarios del mañana? Los que diseñarán las ciudades inteligentes, los edificios ecológicos, los productos de diseño, etc. Cuando estos profesionales se forman en una de las escuelas de diseño más importantes del mundo, como Parsons School of Design, entonces se ha encontrado la matriz adecuada para proceder a este necesario cambio de paradigma. Un nuevo modelo en el que el corcho desempeñará sin duda un papel central», concluye António Rios Amorim. El decano de la School of Constructed Environments de Parsons School of

Design, David J. Lewis, «afirma estar entusiasmado por colaborar con Corticeira Amorim en este curso innovador que desafía a nuestros estudiantes a replantearse lo que saben sobre el corcho, los inspirará para crear piezas únicas y fomentará su educación en regeneración y circularidad. Parsons se ha comprometido a educar y formar diseñadores que crean un impacto social positivo mediante el uso de materiales regenerativos, y estamos deseando ver lo que este grupo de estudiantes creará con el principal procesador de corcho del mundo». Los trabajos resultantes del curso «The Thick Skin: Cork as Material for Design New Futures» se exhibirán en el NYCX Design Festival 2023. Se invita a los estudiantes a mostrar su trabajo en una exposición que se celebrará en Canal Street Market, del 18 al 25 de mayo de 2023.

Nuestro cerebro prefiere vinos sellados con corcho

¿Nuestro cerebro está programado para preferir los tapones de corcho? La cuestión se planteó en el más reciente estudio de neuromarketing desarrollado por el «Behavior and Brain Lab» de Milán, del Centro de Investigación en Neuromarketing de la Universidad de IULUM, y promovido por APCOR — Asociación Portuguesa del Corcho — y la Assoimballaggi-Federlegno/Arredo, un ensayo que reveló datos sorprendentes como el hecho de que los vinos sellados con corcho generaban en los consumidores una activación emocional un 238 % superior a la de los tapones artificiales. Una reacción basada en nuestros sentidos del olfato, el gusto, la vista e incluso el oído: el sonido de abrir una botella con tapón de corcho provoca una respuesta racional un 39 % más fuerte que la apertura de una botella con tapón de rosca.

La experiencia olfativa del vino, a su vez, de una botella con tapón de corcho genera una respuesta racional un 34 % más fuerte que abrir una botella con tapón de rosca. Catar vino de una botella con tapón de corcho genera una respuesta racional un 80 % más fuerte que abrir una botella con tapón de rosca. Por último, analizar la etiqueta de un vino con tapón de corcho lleva aproximadamente un 10 % más de tiempo que analizar la etiqueta de una botella con tapón de rosca o de una botella con tapón sintético.

Paralelamente, los participantes en el estudio se declararon dispuestos a pagar un precio más alto por el vino percibido como cerrado con tapón de corcho: 7,78€ la botella. Es decir, 1,21 € más que por una botella cerrada con tapón de rosca (+18,5 %). Los resultados confirman las conclusiones de estudios similares realizados en otros países, como el «Grand Cork Experiment - Neuroe-

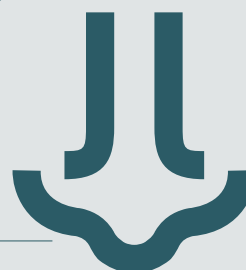
nological Tasting», celebrado en 2017 en el Soho de Londres, diseñado por el Laboratorio Crossmodal Research de la Universidad de Oxford, en el que 140 participantes fueron sometidos a pruebas para comprender cómo los sonidos, los aromas y las sensaciones asociados a la apertura de una botella de vino pueden activar nuestro cerebro.

¿Nuestro cerebro está programado para preferir los tapones de corcho?

Oído
39%



Vista
10%



Olfato
34%

Gusto
80%



El futuro les pertenece



Manuel Miranda, Marta Rato, André Dias y Ariela Luque fueron los cuatro ganadores del Premio Revelación Corticeira Amorim 2022, galardón que distingue a los jóvenes profesionales cuyo desempeño destacó a lo largo del año. A pesar de sus diferentes trayectorias y de que trabajan en cuatro unidades de negocio distintas, hay algo que parece ser común: el orgullo de trabajar con un material tan singular como el corcho y el placer de «vestir la camiseta» en esta misión conjunta para llevarlo a nuevos niveles. El futuro les pertenece.

Manuel Miranda

A sus 35 años, Manuel Miranda muestra una capacidad de liderazgo y una resistencia superiores a la media. Nacido en Mirandela (Trás-os-Montes), se incorporó a Amorim Cork Composites en 2019, impulsado por la idea de trabajar para «un grupo nacional, del norte de Portugal, con una enorme historia (de más de 150 años), que trabaja una materia prima típicamente portuguesa y cada vez más relevante en términos de sostenibilidad». Con un máster en Ingeniería Civil y Administración de Empresas por la Universidad de Oporto, una trayectoria profesional en ventas y lo que él define como una «ambición continua de crecer», Manuel Miranda ha demostrado, desde el principio, un deseo de conocer en profundidad la cadena de valor, la estrategia de los principales actores y la propuesta de valor de Amorim, y en poco tiempo se ha convertido en una de las personas con mayor conocimiento del segmento. En solo cuatro años, ha alcanzado el puesto de jefe de ventas del sector y el reconocimiento del Premio Revelación 2022. A Manuel Miranda le elogian, entre otros rasgos, la capacidad organizativa, la gran orientación al cliente y la dedicación que lo convirtieron en un activo en la expansión geográfica del sector de los suelos —de Europa al mundo—, así como en la creación de puentes entre los productores de suelos y los distintos departamentos de la unidad. Por su parte, Manuel Miranda habla del inmenso placer que supone trabajar para una empresa con una cultura y unos valores con los que se identifica, entre los que destacan «la concentración en los objetivos, la resiliencia, el no darle la espalda a la lucha... Todos ellos muy importantes para defender la posición de la empresa y la aplicación del corcho en el mercado». Recibir la noticia del premio fue una grata sorpresa para quien considera que este «representa un trabajo de equipo y por ello lo comparto con todos los compañeros con los que trabajo a diario».



Marta Rato

Como ingeniera medioambiental por la Universidad Nova de Lisboa, Marta Rato cree que trabajar con un material sostenible con una huella de carbono negativa como el corcho es contribuir a algo mucho más grande que él mismo. Con 30 años de servicio y cuatro en casa, una su puesto de Técnica de Medio Ambiente al de Técnica Superior de Salud y Seguridad en el Trabajo en Amorim Florestal, en la unidad de Coruche (Portugal), y es también responsable de la protección radiológica de la empresa. Mientras que en el ámbito de la seguridad en el trabajo ha destacado por implantar las normas de seguridad que siguen vigentes hoy en día, en el ámbito de la sostenibilidad fue parte integrante y esencial del equipo que ganó el premio de Sostenibilidad Amorim 2022. Con la conservación de los recursos hídricos y el uso eficiente del agua como principales objetivos, el proyecto ganador dio como resultado la creación de un sistema de filtración que permite la reutilización de efluentes industriales. De este modo, se reduce significativamente el consumo de agua y los vertidos al colector municipal. Si para ella el premio fue un orgullo, para Marta lo es incluso más «trabajar en una empresa que invierte tanto en sostenibilidad y donde sentimos que se reconoce nuestro trabajo». Fue, de hecho, por la visión compartida de construir un ecosistema más sostenible por lo que aceptó el reto de empezar a trabajar en Corticeira Amorim en 2019 y es por esta visión por la que se ve caminando hacia el futuro. «Nunca nos hemos estancado en esta empresa», afirma. Y su camino no ha hecho más que empezar. Al igual que el corcho, que ha sido objeto de innumerables innovaciones sin comprometer nunca su naturaleza, Marta Rato también está dispuesta a afrontar cualquier reto que se le presente, teniendo siempre presente el mismo propósito: construir un mundo más verde y más justo para todos. «Siempre estoy aprendiendo, nunca me detengo en el tiempo».



André Dias

Nacido en Nogueira do Cravo, André Dias llegó a Amorim Champcork en 2017 para incorporarse a unas prácticas curriculares como parte de su máster en Economía en la Universidad de Aveiro. Sabiendo que «Innovación» y «Sostenibilidad» son dos grandes pilares de Amorim, escribió su Trabajo de Fin de Máster sobre el tema «Innovación impulsada por la sostenibilidad», y sintió que sus intereses y los de la empresa estaban alineados. «Cada vez me identificaba más con la cultura de la empresa y, dada mi pasión por el vino, supe que éramos compatibles». Como aprendiz en un entorno de fabricación, también desarrolló una comprensión de la eficiencia operativa y fue con todo este bagaje que, tras pasar por varios segmentos y unidades de producción de tapones de corcho, llegó al área de control de gestión. Hoy, a sus 28 años, trabaja como controlador industrial en el segmento de los vinos tranquilos y se sorprendió al recibir la noticia de que había sido nominado para el Premio Revelación. «No me considero especial ni diferente por ello y sé que muchos otros podrían estar en este lugar con la misma justicia». No obstante, considera este reconocimiento como la «confirmación de que la organización es consciente del trabajo desarrollado por sus talentos y de que reconoce el valor de ese trabajo». Para el futuro, su objetivo profesional es solo uno: «seguir aportando y haciendo crecer el valor a mi alrededor». Para ello, y como siempre ha hecho, permanece atento y abierto a entregarse a cualquier oportunidad que le permita crecer y continuar en este camino. Se le ocurren dos palabras sobre el privilegio de trabajar con un material tan único como el corcho en una empresa líder del sector: «orgullo» y «responsabilidad». «Es un orgullo y una responsabilidad trabajar en algo en lo que realmente creemos, más aún al frente y a hombros de gigantes que han situado a la empresa en lo más alto».



Ariela Luque

Si fuera posible definir a Ariela Luque en pocas palabras sería «una persona que lo hace posible». De hecho, fue precisamente por este motivo por el que en 2022 ganó el premio «Make it Happen», concedido por Amorim Cork Flooring. De nacionalidad brasileña, Ariela Luque vive en Oporto desde hace casi cinco años y, de todos los nominados, es la que se incorporó al Grupo Amorim hace menos tiempo (en febrero de 2022). Licenciada en Administración y Dirección de Empresas, especializada en Business Intelligence, cuenta no obstante con una amplia experiencia profesional en el área, que aplica actualmente en su puesto de Business Analytics y CRM Manager. Responsable de alinear este sistema de gestión de datos de clientes con la estrategia comercial de la empresa, afirma que eligió Amorim porque es «una empresa portuguesa líder que trabaja con países de todo el mundo y con un material natural y sostenible como el corcho». La noticia de la nominación fue para ella tan halagadora como sorprendente pero, sobre todo, un verdadero testimonio de «que voy por buen camino. Y aún me queda mucho camino por recorrer». Entre los retos que habrá que afrontar en el futuro, destaca la voluntad de responder cada vez mejor a las necesidades del equipo comercial, dotar a los miembros del equipo de conocimientos cada vez más intuitivos y accesibles y, en consecuencia, generar más ventas. A todos los que, como ella, buscan construir una trayectoria profesional de excelencia les recalca la importancia de «entender las necesidades de la empresa a la que te dedicas, estar siempre dispuesto a aprender e intentar encontrar la mejor solución para todas las partes implicadas». No estancarse es igualmente importante. «Siempre estoy en movimiento, siempre estoy en mejora continua, siempre pidiendo opiniones, siempre dispuesta a escuchar y pedir sugerencias de mejora para conseguir el mayor nivel de optimización posible».

El políglota de los pavimentos



El Premio a la Trayectoria 2022 fue concedido a Manuel Fontes, director comercial de Amorim Cork Flooring, por sus más de 50 años de trabajo, dedicación y compromiso con Corticeira Amorim. Fue a través de su madre cómo conocería la empresa, donde se incorporó a Amorim Cork Composites en 1972 como botones para recibir, preparar y distribuir el correo a los distintos departamentos. «Siempre acelerado, pero muy colaborador», dicen quienes le conocen desde entonces. Trabajando gallardamente con competencia, compromiso y lealtad, se incorporó al departamento comercial de Amorim Cork Flooring después de solo cuatro años, «y demostró su amplio conocimiento del servicio, el producto y el negocio». Una actitud que pronto lo convertiría en uno de los directores comerciales más jóvenes de Corticeira Amorim, con responsabilidades en los mercados de España, Francia, Italia y Suiza.

Políglota a costa de la audacia del Sr. Américo Amorim que «me envié primero a Francia, luego a Inglaterra y después a España sin hablar una sola palabra de ninguna de las lenguas de esos países», «tiempos muy duros, pero tiempos de aprendizaje, crecimiento y evolución», hoy solo «tengo palabras de agradecimiento». Porque «ha sido, sin duda, la mejor carrera universitaria que he podido hacer en toda mi vida», subraya Manuel Fontes. Se convertiría en un verdadero defensor del corcho, una pasión que ha cultivado hasta hoy, ayudando a Corticeira Amorim a difundir los muchos atributos de nuestra materia prima preferida. Además, a partir de 2013 también lideraría la expansión de Amorim Cork Flooring a los países africanos de habla portuguesa (PALOP), un logro que más tarde se extendería a todo el continente africano. Esto después de vivir en España para dirigir la empresa Intercork en Palafrugell

(Girona). Expresando gran orgullo por la distinción con el Premio a la Trayectoria Profesional, «representa un reconocimiento a mi trabajo», Manuel Fontes guarda como uno de sus recuerdos más gratos de siempre «mi primer sueldo, por aquel entonces de 200 escudos». Haciendo suya su afición al fútbol, y como un equipo ganador también se forma a partir de la sana convivencia entre compañeros, se uniría al equipo de fútbol de la empresa. Cuentan que cultiva el fervor de los rojos, que se traduce en un hincha del Benfica, pero sin perder nunca la compostura cuando su mayor equipo rival gana en el campo.

Nuestra gente



AMORIM

Sustainable by nature